



自転車社会の環境改善を目指して No.57

“地方創生”と“しごと(雇用)づくり”に向けた「自転車の可能性と課題」

その1：自転車を活用したまちは魅力あるまちか？

文

VOLコンサルティング

河村康孝

自転車活用推進研究会 事務局：
〒141-0021 東京都品川区上大崎 3-3-1 自転車総合ビル 4 階
TEL 090-5301-3207 FAX 03-6409-6803
URL <http://www.cyclists.jp/>



はじめに

2017年5月1日、自転車活用推進法が施行され、自転車活用の取組みが今後ますます活発になっていくと思います。自転車は交通問題の改善や地球環境問題、健康や医療の問題、災害対策など幅広い効果をもたらすことが期待されています。一方で、地域に人を呼び、交流を生み、地域経済に好影響を与える地方創生においてもその効用が期待されているところです。本論では、自転車が地方創生を実現するために(特に地方でしごとと雇用を生み出すために)どのような可能性と課題があるかについて、記したいと思います。

1. 地方創生とは

地方創生とは、2014年9月に発足した第2次安倍改造内閣における看板政策として掲げられました。そしてこの政策を推進するため、同年11月に「まち・ひと・しごと

創生法」が成立しています。「地方創生とは何か？」法律の中でその定義づけはされていませんが、「まち・ひと・しごと創生」の考え方に地方創生の目指すところを見ることができます(図1)。本論では地方創生を図2のように捉え、論を展開することにします。

2. 地方に雇用を生み出すために

地方創生の趣旨を踏まえて、しごとを生み出すための方法を整理してみました(図3)。

しごとを生み出すためには、需要を生み出すための消費や投資が必要ですが、基本となるのは消費を生み出す「ひと」になります。そしてそのためには、ひとを惹きつけるための「魅力」をつくる必要があります。さらに1人当たりの消費を増やすことで、企業の業績を増加させ、しごとを生み出すことも必要です。

この流れの中で、

私たち自転車活用推進に携わる人たちが地方創生(しごとの創出)にどのように貢献することができるのか考えてみたいと思います。しごとを生み出す要因は複数ありそれほど単純ではありませんが、ここでは「魅力のあるまち(A)」「ひとが訪れる(B)」「企業の業績向上(C)」に自転車の活用がどう貢献できるのか見ていきます。

3. 魅力あるまちをつくる (A)

～自転車を活用したまちは魅力あるまちか～

魅力のあるまちとは、観光や旅行で訪れたいまち、住んでみたいまちのことで、ひとが集まることで消費や投資が生まれ、しごとが生まれます。

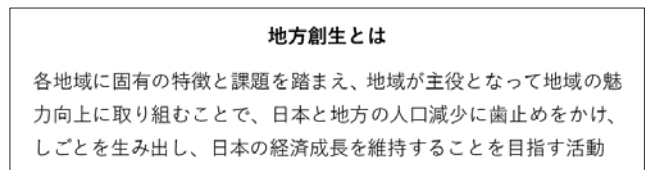


図2 地方創生とは

長期ビジョン	①2060年に1億人程度の人口を維持
	②東京一極集中の是正
	③2050年代に実質GDP成長率1.5~2%程度維持
4つの基本目標	<p><基本目標①> 地方における安定した雇用を生み出す</p> <ul style="list-style-type: none"> 地方での若者の雇用創出 若い世代の正規雇用労働者割合の増加 女性の就業率の向上
	<p><基本目標②> 地方への新しいひとの流れをつくる</p> <ul style="list-style-type: none"> 地方から東京圏への転入の減少 東京圏から地方への転出の増加
	<p><基本目標③> 若い世代の結婚・出産・子育ての希望をかなえる</p> <ul style="list-style-type: none"> 安心して結婚等できる社会の達成 出産後も女性が継続して就業できる 結婚希望の実現 希望する子供の出生の実現
	<p><基本目標④> 時代に合った地域をつくり、安心な暮らしを守るとともに、地域と地域を連携する</p> <ul style="list-style-type: none"> 立地適正化計画策定市町村の増加 立地適正化計画の実現市町村の増加 地域公共交通の再編、など

図1 地方創生の目指すところ

資料)まち・ひと・しごと創生「長期ビジョン」および同「総合戦略」をもとに筆者作成

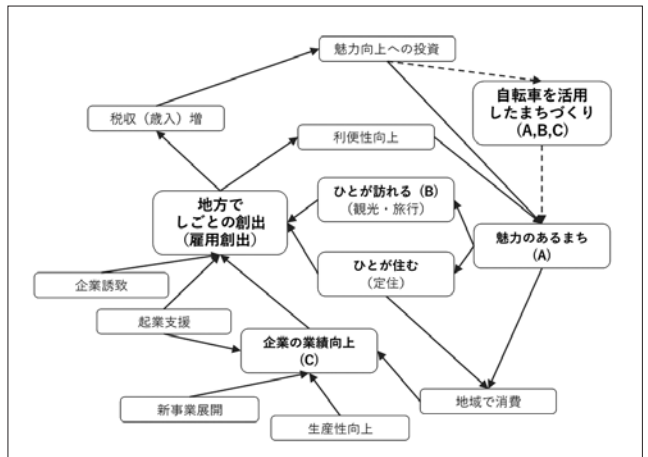


図3 地方でしごとを創出するための方法

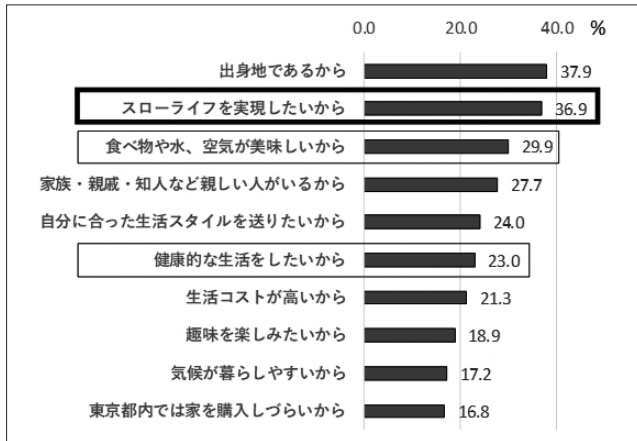


図4 移住したい理由(複数回答)のトップ10(全23項目中)
資料)内閣官房 まち・ひと・しごと創生本部「東京在住者の今後の移住に関する意向調査」(2014)をもとに筆者作成
※東京都から移住する意向のある人は約4割、Uターン希望者は約3割に達し、かなり大きな効果を期待することができます

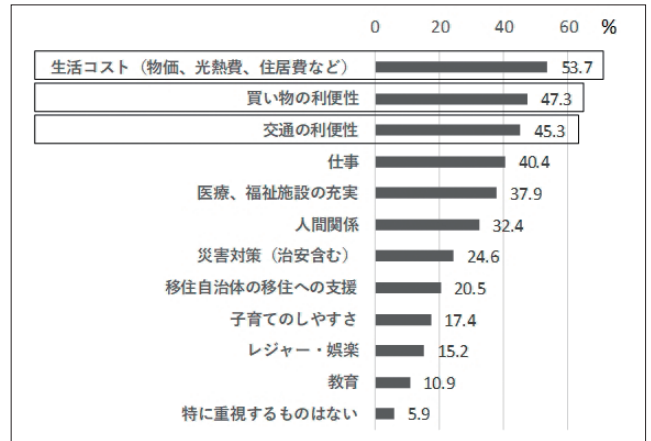


図5 移住を考える上で重視する点(複数回答) 資料)図4と同じ

▽環境に良く健康的なスローライフが実現できるまちづくり

では、どのようなまちが魅力のあるまちなのでしょうか?図4を見ると、『スローライフを実現したい』という思いが「移住したい」大きな理由になっています。自然・地域とのふれあいや生活の質を大切にスローライフの考え方と自転車との親和性は非常に高く、自転車の活用が移住に果たす役割は非常に大きいものがあると言えます。

『食べ物や水、空気が美味しい』『健康的な生活がしたい』という理由も上位を占めており、環境や健康に良いとされる自転車の活用が「移住したくなる魅力的なまち」につながる事がわかります。

▽交通・買い物の利便性が高く、経済的なまちづくり

一方、現実的な移住の課題を見てみると(図5)、『生活コスト』『買い物の利便性』『交通の利便性』の重要性が高くなっています。経済的でアクセシビリティの高い自転車の活用は、これら移住の課題解決にも大いに役立つと言えるでしょう。

▽自転車交通分担率の高いまちづくり

アメリカ・ポートランドでの事例等を参考に「自転車を活用したまちは魅力が増し、人も移り住んでくる」という仮説を立ててみました。その仮説を検証するため、交通

分担率^{注1}の増減と人口の増減の相関を調べてみると、2005年-2010年で徒歩^{注2}の増減率と人口増減率に一定の相関^{注3}が見られました(図6)。これだけで断定はできませんが、歩いて暮らせ

るまちづくりに取り組んできた市町村は、住民にとって移住したくなるような魅力あるまちになった可能性が考えられます。残念ながら自転車の増減率との相関は確認できませんでしたが、自転車の活用と徒歩で生活しやすいまちづくりの目指す方向は同じです。自転車の活用により人口の増加を目指すという視点で、非常に興味深いデータであると言えます。

▽「魅力あるまち」をつくるための自転車活用方法

前述した「魅力あるまち」をつくるためには、徒歩・自転車で移動しやすい歩行空間・自転車走行空間のさらなる整備が必要でしょう。さらに、買い物や交通の利便性を享受して生活コストを下げるためには、住居と商業施設・公共施設が集約したコンパクトなまちづくりを志向し、徒歩・自転車の生活圏で用を済ませられることが必要です。

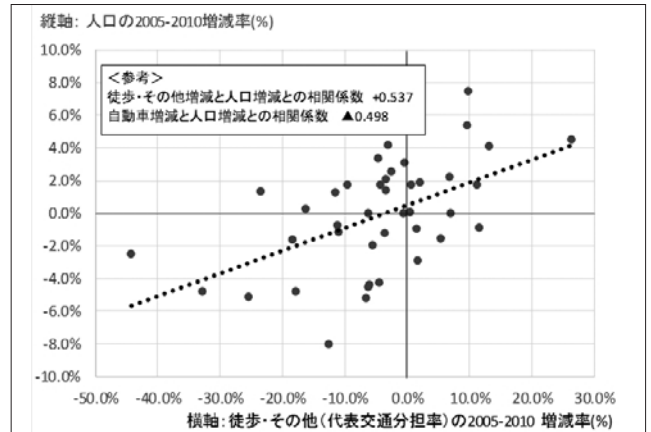


図6 徒歩・その他(交通分担率)の増減率と人口の増減率の関係
資料)国土交通省全国都市交通特性調査(交通分担率)、国勢調査(人口)をもとに筆者作成

まち・ひと・しごと創生総合戦略においても、都市のコンパクト化と立地適正化計画が推奨されており、こうした施策を同時に行っていくことが重要と言えるでしょう。

4. 自転車の可能性と課題

今回は、人が移住したくなる「魅力ある」まちづくりに向けた自転車の可能性を示しました。しかし、地方創生としごとづくりを実現するためには、「ひとが訪れる(B)」ためのサイクルツーリズムや、「企業の業績向上(C)」に向けた自転車ビジネスの活性化も重要です。また、「誰が主体となって実行するのか」といった役割分担の問題、事故やマナーの問題など、実現に向けた課題も存在します。これらについては次号以降に結論を委ねたいと思います。

PP

注1: 交通分担率は全国都市交通特性調査の最新データ(2010年代表交通手段分担率)を使用しました。日本の交通分担率は国勢調査のデータがよく使われていますが、いくつかの問題点があるように思われます(データが通勤・通学に限られていること、10年毎調査(大規模調査)のためデータが古くなってしまうことなど)。交通分担率はとても重要なデータであり、早期に正しく把握できるような体制づくりも必要ではないでしょうか。

注2: その他含む

注3: 相関係数の強弱の目安(放送大学教育振興会「社会調査の基礎」)0-0.2ほとんど無相関、0.2-0.4弱い相関、0.4-0.7中程度の相関、0.7-1.0強い相関



自転車社会の環境改善を目指して No.58

“地方創生”と“しごと(雇用)づくり”に向けた 「自転車の可能性と課題」

その2: サイクルツーリズムと自転車関連ビジネスの活性化



文

VOLコンサルティング

河村康孝

自転車活用推進研究会 事務局：
〒141-0021 東京都品川区上大崎 3-3-1 自転車総合ビル4階
TEL 090-5301-3207 FAX 03-6409-6803
URL <http://www.cyclists.jp/>

はじめに

前号(自転車社会の環境改善を目指してNo.57)の「その1」では、人が移住したくなる「魅力あるまちづくり」(図1(A))に向けた自転車の可能性を示しました。今号の「その2」では、地方創生としごとづくりを実現するためのその他の課題(図1(B)(C))を整理してみたいと思います。

1.ひとが訪れる(B)

～サイクルツーリズムによる観光産業振興～

自転車は地域の気候や風土を肌で感じ、観光スポットを気軽に短時間で訪れることができるため、地域にひとを呼ぶツールとして期待が高まっています。まち・ひと・しごと創生総合戦略においても「観光業の強化」が大きなテーマとなっています。インバウンドなど外部の需要も取り込んでいくことで大きな需要としごとを生み出すことが期待できます。

平成27年度から事業執行されている地方創生の関係交付金については、サイクルツーリズムに関連する事業として40件(事業費ベース約27億円)もの事業について確認することができます(筆者調べ)。サイクルツーリズムに対する関心の高さと可能性の大きさを感ずることができます(写真1)。

▽「サイクルツーリズム」のための

自転車活用方法

自転車を活用した観光(サイクル

ツーリズム)としては、レンタサイクルやマップの準備、サイクリングツアー等の運行、サイクリングツアー等があげられます。自転車を趣味やスポーツとして楽しむ人が増加し、自転車イベントも注目と人気が高まっています。「魅力あるまち」づくりの施策と共通しますが、駐輪場や走行空間の整備は観光客にとっても重要な要素です。関係するサービス(ホテル、公共交通、観光施設等)での受け入れ体制やおもてなしの心、外国人向けの対応などソフト施策も非常に重要です。

2.企業の業績向上(C)

～自転車関連ビジネスの活性化～

自転車関連の新たなビジネスをつくり、また既存のビジネスを拡大することで、直接しごとを生み出すことができます。特に現在は、自転車活用推進法や地方創生の流れの中で、自転車ビジネスにとっては大きな追い風と言えます。この追い風に乗り、増加する自転車ユーザーとそのニーズに応じていくことは、市場の拡大としごとの創出につながります。

▽既存自転車ビジネスの

活性化のために

既存自転車ビジネスといってまず思い浮かぶのは自転車の製造と販売ではないでしょうか。

各種調査から推測すると、近年では

ロードバイクや電動アシスト自転車の普及によって1台あたりの販売単価は上昇していますが、販売台数は減少傾向にあるようです。当たり前の話ですが売上高の基本は「売上高=商品単価×販売台数」(完成車の場合)です。人口の減少などにより販売台数の減少がやむを得ないと考える声もよく聞きますが、台数を増やす余地は本当はないのでしょうか。

▽新しい自転車ビジネスを 創出するために

新しいビジネスを考えるにあたっては外部環境の把握が最優先課題です。先日の自転車活用推進法の施行だけでなく、観光に大きく関係する民泊法(住宅宿泊事業法)の成立やインバウンドの増加、シェアサイクルの世界的な拡大と国内での動きなど、押さえておくべき社会環境は日々変化しています。そんな中、自転車に関する情報は、ビジネス検討の前提となる基礎データが不足しているように思われます。国・自治体による創業支援や経営支援も重要ですが、まずはその前提となるデータ・統計整備もいまずぐに求められる役割ではないでしょうか。

一方、人口が減少する中での市場拡大策については、業界を挙げて考えていく必要があります。自転車の国内市場規模は完成車で約1300億円(生産・輸入金額)ですが、関連するビジネスは幅広く、各業界と連携した活動

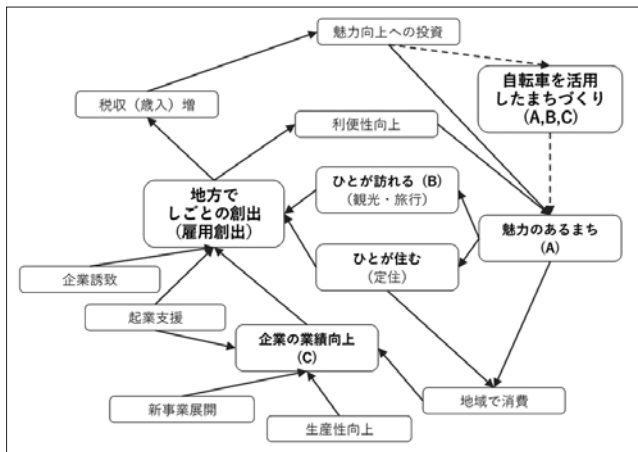


図1 地方でしごとを創出するための方法(再掲)

製造・流通	・自転車製造業／・自転車卸売業／・自転車小売業／ ・商業施設、その他製造・流通業
観光	・旅行業(企画、実施、代理店等)／・観光施設／ ・宿泊施設(ホテル、旅館等)／・公共交通(鉄道、バス等)
建設	・建設業(道路整備等)／・建設コンサルタント業(計画策定等)
その他	・駐輪場事業(整備、運営)／・イベント業(企画、運営)／ ・レンタサイクル業／・競技・スポーツビジネス／・報道、広告業

図2 自転車関連ビジネスの範囲(例)



写真1 サイクルツーリズムにより地方創生に取り組む地域例(つくば霞ヶ浦りんりんロード)

国	方針の決定と予算措置、自転車活用推進法の関連法整備、 市場環境データ・統計の整備、地方自治体と連携した整備・支援等
地方自治体	予算措置、自転車活用推進計画の策定、走行空間の整備、企業支援、 条例の制定、交通安全啓発
企業	自転車ユーザーのニーズに応え、満足するサービスを提供 既存ビジネスの活性化、新規ビジネスの創出
住民	地域資源の再認識、来訪客へのおもてなし、安全な自転車利用

図3 主体別の役割分担(案)

が今後はとても重要になってくると思われます(図2)。

3. まとめと提言

～自転車による地方創生を成功させるために～

前号から2回に分けて、地方創生としごとづくりにいかに自転車の可能性があるかを見てきましたが、最後に地方創生を成功させるための課題を整理しておきたいと思います。

① 政策評価とビジネスの基盤となる「基礎データ・統計」の整備

地方創生をはじめ、KPIを設定したPDCAサイクルががとても重要になっている中で、データの重要性はますます高くなっています。自転車保有台数、交通量、交通分担率、車種別販売台数といった重要なものも含め、まずは政策立案に必要な各種データを整備することが必要ではないでしょうか。

② ターゲットの明確な設定と、地域における経営とマーケティングの視点

地方創生は、全国一律のパラマキ型支援ではなく、「効果の高い取組みに対して重点的に支援する」という理念

があります。今後の取組み次第で、地域間の格差や競争はますます大きくなっていくことが予想される中、地域においても経営とマーケティングの視点が非常に重要になってきます。マーケティングにおいては「ターゲット(政策の対象)」の設定がとても重要ですが、自転車の利用者は子供から高齢者まで、あまり乗らない人からヘビーユーザーまで、住民から観光客まで幅広く存在します。ターゲットにより必要な政策も効果も全く変わってくるため、もう一度地域の目指すビジョンを再確認し、ターゲットを再確認する必要はないでしょうか。

③ 運転マナーの向上

自転車の活用は良いことばかりですが、マナーの悪い利用者が増加し自転車事故が殊更にクローズアップされるなど、マイナスのイメージにつながっています。自転車活用に幅広い合意を得ていくことを考えると、最優先でさらに力を入れるべきかと考えます。

前号では「歩いて暮らせるまちづくり」と「地域の人口増加」との相関が確認されました。しかし、自転車の運転

マナーが悪く、事故率が高止まりしたままでは、自転車利用の増加が負の方向に向かう(人口を減少させる)可能性すら考えなければいけないかもしれません。

④ 「一人で自転車を複数台持つ」という文化をつくる

一人で自転車を複数台所有したくても様々な問題(自宅スペース、マンション管理規約、家族の理解など)により実現できないケースが考えられます。地価や生活コストの安い地方移住はその問題を解決する一つの方法と考えられます。自転車の単価を上げることも市場拡大の一つの方法ですが、上記の問題を解決して所有台数を増やすことは市場拡大にも地方の人口増にも貢献すると言えるでしょう。

⑤ 実現に向けた役割分担

地方創生の主役は地域の住民や企業ですが、国や自治体との連携は不可欠です。各々がそれぞれの役割を果たしていくためには、まずはそれぞれの役割を明確にし、地域ごとに合意を得ていくことが必要ではないでしょうか(図3)。